

## PENGUATAN USAHA PENGRAJIN BANDENG PRESTO KECAMATAN PEDURUNGAN SEBAGAI UPAYA MENUJU KEBERDAYAAN DAN KEMANDIRIAN USAHA

Yani Prihati<sup>1)</sup>, Sinta Tridian Galih<sup>2)</sup>, Tri Karyanti<sup>3)</sup>

Universitas AKI, [yani.prihati@unaki.ac.id](mailto:yani.prihati@unaki.ac.id)

Universitas AKI, [sinta.tridian@unaki.ac.id](mailto:sinta.tridian@unaki.ac.id)

Universitas AKI, [tri.karyanti@unaki.ac.id](mailto:tri.karyanti@unaki.ac.id)

### ABSTRACT

*Presto milkfish is one of the special foods and has even become an icon of Semarang. Presto milk processing business in micro, small, medium to large scale in many places in Semarang and one of them is a craftsman of Presto milkfish Bu Joko and Bu Hari in Kecamatan Pedurungan. The data states that the existing MSMEs in Indonesia contribute considerably to the state. Even so, MSMEs tend to be vulnerable to pressure from both internal and external parties so that in order to survive and develop in the era of MEA, needed support from the government especially related to capital, market access and business licensing. The problems encountered by adding product variants, providing milk vacuum equipment, developing the web to market products online, organizing socialization and assisting in the handling of Household Food License (PIRT) and redesigning product packaging to be more informative for consumers and able to maintain durability product. With solutions implemented in this program, the Presto Milkfish Craftsmen in Kecamatan Pedurungan have small business empowerment measured through 3 indicators of business access, market access and technology access. With the improvement of management in the form of PIRT has been obtained, the availability of production equipment technology and has the availability of marketing media and ordering web, the craftsmen milkfish Presto in Kecamatan Pedurungan have the independence of business because it can meet the needs by relying on the ability and own strength to run the business.*

*Keywords: milkfish craftsman, empowerment, business independence*

## Pendahuluan

[1] menyatakan bahwa pemberlakuan Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) mulai akhir tahun 2015 difokuskan pada empat hal. Pertama, negara-negara di kawasan Asia Tenggara akan dijadikan sebuah wilayah kesatuan pasar dan basis produksi. Kedua, MEA akan dibentuk sebagai kawasan ekonomi dengan tingkat kompetisi yang tinggi yang memerlukan suatu kebijakan. Ketiga, MEA akan dijadikan kawasan yang memiliki perkembangan ekonomi yang merata dengan memprioritaskan usaha kecil dan menengah. Keempat, MEA akan diintegrasikan secara penuh terhadap perekonomian global. MEA menciptakan peluang, tantangan sekaligus resiko bagi Indonesia. MEA akan mengurangi atau bahkan menghilangkan hambatan perdagangan sehingga akan berdampak pada peluang dan kesempatan meningkatkan ekspor tetapi di sisi lain terdapat tantangan yaitu permasalahan homogenitas komoditas yang diperjualbelikan yang akan menyebabkan persaingan.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu penggerak perekonomian negara sekaligus sebagai tulang punggung penanggulangan kemiskinan dan pengangguran. Sedemikian pentingnya peran UMKM mendorong pemerintah untuk menerbitkan peraturan perundangan yang khusus mengatur tentang UMKM diantaranya yaitu Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

Bandeng presto merupakan salah satu makanan khas dan bahkan telah menjadi ikon kota Semarang. Bahan utama dari produk ini adalah ikan bandeng (*Chanos chanos*) yang dibumbui dengan bawang putih, kunyit dan garam. Ikan bandeng dimasak pada alas daun pisang dengan cara presto yaitu cara memasak dengan uap air bertekanan tinggi. Proses pemasakan dilakukan menggunakan panci yang dapat dikunci dengan rapat. Air dalam jumlah tertentu dimasukkan ke dalam panci kemudian dipanaskan hingga mendidih. Uap air yang timbul akan

mematangkan sekaligus mengempukkan makanan yang berada di dalam panci.

Usaha pengolahan bandeng presto dalam skala mikro, kecil, menengah hingga besar banyak terdapat di kota Semarang dan sekitarnya salah satunya adalah pengrajin bandeng presto Bu Joko dan Bu Hari yang terdapat di Kecamatan Pedurungan. Usaha pengolahan bandeng di lokasi ini sudah berjalan sejak tahun 2012. Bahan baku ikan bandeng diperoleh dari daerah Pati dan Juwana. Dengan peralatan yang masih sederhana, dalam sehari bisa dihasilkan rata-rata 50 kg bandeng presto.

[2] menyatakan bahwa 57,9 juta unit UMKM yang ada di Indonesia memberikan kontribusi cukup besar kepada negara di mana sampai tahun 2015 kontribusi UMKM terhadap pendapatan domestik bruto adalah sebesar 58,92 % dan kontribusi terhadap penyerapan tenaga kerja adalah 97,30%. Walaupun begitu, UMKM cenderung rentan terhadap tekanan baik dari pihak internal maupun eksternal sehingga agar tetap bisa bertahan dan berkembang di era MEA, dibutuhkan dukungan dari pemerintah terutama berkaitan dengan permodalan, akses pasar dan perijinan usaha

## Kajian Literatur

Pemberlakuan Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) mulai akhir tahun 2015 menjadi tantangan sekaligus peluang karena Indonesia dan negara-negara ASEAN lainnya memasuki persaingan yang sangat ketat di bidang ekonomi. [3] menyatakan bahwa pada dasarnya, MEA merupakan wadah yang sangat penting bagi kemajuan negara-negara ASEAN dalam mewujudkan kesejahteraan sehingga keberadaannya harus disikapi dengan positif dan diharapkan negara-negara di kawasan Asia Tenggara bisa berkompetisi dan bisa menempatkan ASEAN masuk ke dalam pasar terbesar di dunia

[4] menyatakan bahwa keberagaman industri kecil memberikan potensi terhadap penyerapan tenaga kerja dan perbaikan pendapatan masyarakat. Industri kecil yang berbasis sumber daya lokal saat ini makin penting terutama dikaitkan komitmen

pemerintah menumbuhkan kembangkan industri kreatif. [5] menampilkan data tentang UMKM Binaan Dinas Koperasi dan UMKM Pemerintah Kota Semarang sebagai berikut:

Tabel 1. Data UMKM Binaan Dinas Koperasi dan UMKM Pemerintah Kota Semarang Triwulan I-IV 2015

| Jenis         | Jumlah<br>UMKM | Prosentase  | Omzet<br>Rata-rata<br>(Rp) |
|---------------|----------------|-------------|----------------------------|
| Makanan       | 70             | 58,829%     | 98.609.429                 |
| Kerajinan     | 20             | 17,094%     | 129.610.000                |
| Minuman       | 10             | 8,547%      | 48.942.900                 |
| Fashion       | 9              | 7,692%      | 20.000.000                 |
| /Konveksi     |                |             |                            |
| Batik         | 3              | 2,564%      | 22.666.667                 |
| Koleksi       | 1              | 0,855%      | 150.000.000                |
| Jasa          | 4              | 3,419%      | 57.950.000                 |
| <b>Jumlah</b> | <b>117</b>     | <b>100%</b> | <b>527.778.995</b>         |

Dari tabel tersebut terlihat bahwa UMKM jenis makanan di Kota Semarang dari sisi jumlah berada di urutan tertinggi yaitu 58,829% tetapi dari sisi omzet masih tertinggal jauh dibandingkan dengan UMKM jenis koleksi dan kerajinan. Bila dibandingkan secara global omzet UMKM jenis makanan berkontribusi sebesar 18,68% dibandingkan dengan total omzet dan masih berada di bawah UMKM koleksi (28,42%) serta kerajinan (24,56%). Hal ini menunjukkan perlunya usaha penguatan UMKM jenis makanan.

Menurut UU No. 20 Tahun 2008 Pasal 3 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, maka yang dimaksud dengan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yaitu:

1. Usaha Mikro adalah Usaha Produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-undang ini.
2. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi

kriteria Usaha Kecil sebagaimana yang dimaksud dalam Undang-Undang ini.

3. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Pada Bab II pasal 5 UU No 20 tahun 2008 disebutkan bahwa tujuan pemberdayaan UMKM adalah :

1. Mewujudkan struktur perekonomian nasional yang seimbang, berkembang dan berkeadilan
2. Menumbuhkan dan mengembangkan kemampuan UMKM menjadi usaha yang tangguh dan mandiri
3. Meningkatkan peran UMKM dalam pembangunan daerah, penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi dan pengentasan rakyat dari kemiskinan

[6] menyebutkan bahwa keberdayaan adalah unsur dasar yang memungkinkan suatu lembaga bertahan dan dalam pengertian yang dinamis mengembangkan diri mencapai kemajuan. [7] menyebutkan bahwa tingkat keberdayaan usaha kecil diukur melalui 3 indikator meliputi akses usaha yaitu kemampuan untuk memperoleh bantuan kredit atau modal, akses pasar yaitu kemampuan memanfaatkan informasi yang berasal dari pasar untuk meningkatkan usahanya dan akses teknologi yaitu kemampuan memanfaatkan teknologi dalam proses produksi. Suharto dalam [7] menyebutkan bahwa agar usaha kecil memiliki keberdayaan perlu dilakukan proses pemberdayaan yang meliputi 5P yaitu :

1. Pemungkinan: menciptakan suasana atau iklim yang memungkinkan potensi masyarakat berkembang secara optimal..
2. Penguatan: memperkuat pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki

masyarakat dalam memecahkan masalah dan memenuhi kebutuhan sehingga mampu menumbuh-kembangkan kemampuan dan kepercayaan diri masyarakat yang menunjang kemandiriannya.

3. Perlindungan: melindungi masyarakat terutama kelompok lemah agar tidak tertindas oleh kelompok kuat, menghindari terjadinya persaingan yang tidak seimbang antara yang kuat dan lemah, dan mencegah terjadinya eksploitasi kelompok kuat terhadap kelompok lemah.
4. Poyokongan: memberikan bimbingan dan dukungan agar masyarakat mampu menjalankan peranan dan tugas-tugas kehidupan agar tidak terjatuh ke dalam keadaan dan posisi yang semakin lemah dan terpinggirkan.
5. Pemeliharaan: memelihara kondisi yang kondusif agar tetap terjadi keseimbangan distribusi kekuasaan berbagai kelompok dalam masyarakat. Pemberdayaan harus mampu menjamin keselarasan dan keseimbangan yang memungkinkan setiap orang memperoleh kesempatan usaha.

Lebih lanjut disebutkan bahwa kemandirian usaha kecil adalah sikap dan kondisi usaha kecil yang memiliki semangat entrepreneurship untuk semakin mampu memenuhi kebutuhan dengan mengandalkan kemampuan dan kekuatan sendiri.

### Metode

Kegiatan ini diawali dengan pengumpulan data melalui wawancara dan observasi untuk dapat memperoleh informasi lebih lengkap tentang permasalahan yang dihadapi oleh mitra, yang dalam hal ini adalah pengrajin bandeng presto.

Berdasarkan informasi tentang permasalahan yang dihadapi, tim akan berupaya mengusulkan beberapa alternatif solusi dan mendiskusikannya dengan mitra untuk menentukan alternatif solusi mana yang paling tepat untuk dilaksanakan.

Setelah solusi ditetapkan dan dilaksanakan, timi akan melaksanakan pendampingan

kepada mitra untuk memastikan solusi-solusi tersebut telah menghasilkan luaran-luaran seperti yang diharapkan.

### Hasil dan Pembahasan

Sebagai kelompok usaha mikro yang sedang berkembang, kelompok pengrajin dan pemasar bandeng presto Kelurahan Plamongan Kecamatan Pedurungan menghadapi beberapa permasalahan yang harus diselesaikan. Dalam program ini, permasalahan umum yang menjadi fokus perhatian adalah bagaimana memperkuat usaha pengolahan bandeng presto yang selama ini telah berjalan, di mana permasalahan khusus yang akan diselesaikan melalui kegiatan ini adalah sebagai berikut:

1. *Bagaimana menambah varian dan jenis produk agar lebih bisa memenuhi selera dan kebutuhan konsumen.* Permasalahan ini dirasa perlu untuk diselesaikan karena: (i) Selama ini, produk yang dihasilkan hanya 1 jenis sehingga konsumen tidak memiliki pilihan (ii). Beberapa produsen lain menawarkan beberapa pilihan produk (iii) Bandeng segar yang telah diolah menjadi bandeng presto bisa diolah lebih lanjut menjadi makanan dengan nilai jual lebih tinggi.
2. *Bagaimana meningkatkan dan memperluas area pemasaran.* Karena hanya terdapat 1 pilihan produk dan daya tahan produk terbatas, area pemasaran sampai saat ini juga masih terbatas. Perlu ditentukan solusi agar daya tahan produk lebih panjang agar bisa dipasarkan ke area yang lebih luas. Selain itu, perlu juga diciptakan media sedemikian sehingga pemasaran bisa menjangkau area yang lebih luas.
3. *Bagaimana meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk.* Kepercayaan konsumen terhadap produk akan terbangun apabila konsumen memiliki jaminan bahwa produk pangan yang mereka konsumsi aman dan bermutu. Dinas Kesehatan Kota Semarang (2016) menyatakan bahwa produk pangan yang aman dan bermutu dihasilkan dari industri rumah tangga

yang telah mendapatkan pembinaan atau penyuluhan tentang keamanan pangan sehingga produk pangan yang dihasilkan aman dikonsumsi tersebut memberikan manfaat dan tidak membahayakan. Kepercayaan konsumen terhadap suatu produk akan mendorong mereka untuk tetap setia menggunakan atau mengkonsumsi produk tersebut dan akan mendorong mereka untuk mempromosikannya kepada orang-orang di sekitar mereka.

Untuk masing-masing permasalahan, solusi yang ditetapkan untuk dilaksanakan adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Permasalahan Dan Solusi Yang Dipilih

| PERMASALAHAN  | SOLUSI   |
|---|--|
| Bagaimana menambah varian dan jenis produk agar lebih bisa memenuhi selera dan kebutuhan konsumen | Menambahkan 2 jenis produk   |
| Bagaimana meningkatkan dan memperluas area pemasaran  | 1. Menyediakan alat vakum bandeng<br>2. Mengembangkan web untuk memasarkan produk secara online  |
| Bagaimana meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk                                       | 1. Menyelenggarakan sosialisasi dan membantu pengurusan ijin Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT)<br>2. Mendisain ulang kemasan produk agar lebih informatif bagi konsumen dan bisa menjaga daya tahan produk |

Solusi-solusi tersebut dapat dikategorikan menjadi 3 yaitu solusi dalam bidang manajemen, solusi dalam bidang produksi, dan solusi dalam bidang pemasaran.

#### **Solusi Bidang Manajemen**

Solusi yang dapat dikategorikan dalam bidang manajemen adalah meliputi penyelenggaraan sosialisasi dan pengurusan ijin Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT). Ijin Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT) diperlukan sebagai jaminan usaha makanan atau minuman yang beredar dan dijual di masyarakat memenuhi standar keamanan makanan atau ijin edar produk pangan.

Dengan dimilikinya PIRT dan pencantuman nomor ijin PIRT di kemasan produk, diharapkan kepercayaan masyarakat terhadap produk akan meningkat sehingga akan berdampak pada penjualan yang meningkat pula.

Dalam hal ini Tim memfasilitasi Mitra agar bisa memperoleh informasi selengkapnya berkaitan dengan PIRT berkaitan dengan prosedur pengurusannya termasuk penyelenggaraan sosialisasi sesuai dengan peraturan dinas terkait dalam hal ini adalah Dinas Kesehatan Kota

#### **Solusi Bidang Produksi**

Solusi yang dapat dikategorikan dalam bidang produksi adalah meliputi penyediaan alat vakum, penambahan jenis produk, dan mendisain ulang kemasan produk.

Dari ketiga hal tersebut, tahapan pelaksanaan diawali dari penyediaan alat vakum. Tim bersama Mitra bersama-sama mencari informasi tentang alat vakum yang tersedia di pasaran dan kemudian mendiskusikannya agar alat yang akan disediakan sesuai dengan kebutuhan. Beberapa hal yang perlu didiskusikan adalah produsen, spesifikasi alat, harga dan pengoperasian alat. Setelah alat tersedia, Tim mendampingi Mitra untuk memastikan bahwa Mitra telah dapat menggunakan alat tersebut dengan baik dan benar.

Menambahkan jenis produk dan mendisain ulang kemasan produk dilakukan secara simultan. Dalam hal ini, proses menambah jenis produk akan lebih banyak dilakukan oleh Mitra sedangkan proses mendisain ulang kemasan produk lebih banyak dilakukan oleh Tim. Walaupun lebih banyak dilakukan oleh Tim, selama proses mendisain ulang kemasan produk, komunikasi dan diskusi harus selalu dilakukan agar disain kemasan produk yang dihasilkan tepat sesuai dengan produk yang akan dikemas di dalamnya baik dalam hal bahan, bentuk, ukuran dan tampilan. Hasil disain ulang kemasan adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Kemasan Lama (atas) dan Baru (Bawah)

Selain tampilan yang diperbarui, terdapat beberapa informasi baru yang ditambahkan di kemasan baru yaitu pilihan produk, alamat web, kode QR dan nomor IRT.

### Solusi Bidang Pemasaran

Solusi yang dapat dikategorikan dalam bidang pemasaran adalah mengembangkan web untuk memasarkan produk secara online. Hal ini banyak dilakukan oleh Tim.

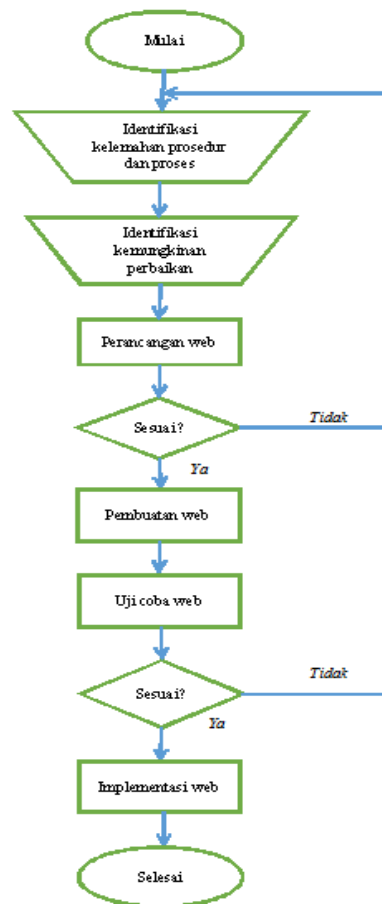
Web yang akan akan dikembangkan harus memenuhi beberapa kriteria yaitu mudah dioperasikan oleh Mitra, mudah dioperasikan oleh konsumen, tampilan menarik, mudah di *update*, menampilkan informasi yang lengkap berupa gambar dan teks tentang produk, memiliki fungsi pemesanan (bagi konsumen), memiliki fungsi penanganan pesanan (bagi Mitra) serta memiliki fungsi interaksi sebagai sarana komunikasi Mitra dan konsumen.

Pada tahap awal pengembangan, Tim akan banyak berdiskusi dengan Mitra untuk mengidentifikasi kelemahan prosedur dan proses pemasaran yang selama ini dilakukan serta mengidentifikasi kemungkinan perbaikannya. Berdasarkan hasil identifikasi, TIM akan mulai mendisain dan membuat web. Selama proses ini, Tim akan tetap berdiskusi dengan Mitra untuk memperoleh saran dan masukan untuk web yang sedang dikembangkan. *Flowchart* proses pengembangan web.

Setelah web selesai dibuat dan diuji coba, web diimplementasikan dan *publish* dengan alamat URL [www.bandengprestobuhari.com](http://www.bandengprestobuhari.com). Untuk memudahkan akses, tersedia 2 macam

web yaitu yang diakses melalui komputer (*personal computer/laptop*) dan yang diakses melalui *smartphone*.

Dalam hal ini, Tim akan memberikan pelatihan bagi Mitra agar bisa mengelola webnya dengan baik dan setelah program ini selesai dijalankan, Tim akan melaksanakan pendampingan bagi Mitra dalam jangka waktu 1 tahun untuk memastikan bahwa solusi yang direncanakan telah diimplementasikan dan kendala yang ditemukan di lapangan selama implementasi telah dapat diperbaiki dan diselesaikan. Masa pendampingan ini juga digunakan untuk mengukur dan memastikan indikator keberhasilan program telah tercapai.



Gambar 2. Flowchart Poses Pengembangan Web.



Gambar 3. Tampilan Utama Web di Smartphone (atas) dan Komputer (bawah)

### Kesimpulan

Dengan solusi-solusi yang dijalankan dalam program ini Pengrajin Bandeng Presto Di Kecamatan Pedurungan menjadi memiliki keberdayaan usaha kecil diukur melalui 3 indikator. Dengan jenis produk yang bertambah dan area pemasaran yang semakin luas dengan tersedianya web pemasaran dan pemesanan, omzet penjualan meningkat sehingga diukur dari akses usaha, para pengrajin memiliki kemampuan untuk memperoleh bantuan kredit. Selain untuk pemasaran dan pemesanan, web juga dimanfaatkan untuk berinteraksi dengan konsumen. Informasi tentang perilaku konsumen dan perilaku pasar dapat lebih cepat dan lebih tepat dikumpulkan sehingga keberdayaan usaha diukur dari indikator akses pasar juga meningkat. Keberdayaan

usaha kecil diukur dari indikator akses teknologi juga meningkat dengan tersedianya beberapa peralatan berteknologi untuk mendukung proses produksi.

Dengan peningkatan manajemen berupa telah diperolehnya PIRT, telah tersedianya peralatan produksi yang berteknologi dan telah tersedianya media pemasaran dan pemesanan berupa web, para pengrajin bandeng presto di Kecamatan Pedurungan memiliki kemandirian usaha karena mampu memenuhi kebutuhan dengan mengandalkan kemampuan dan kekuatan sendiri untuk menjalankan usaha.

### Daftar Pustaka

- [1] Arya Baskoro, 2013, *Peluang, Tantangan, dan Risiko Bagi Indonesia dengan Adanya Masyarakat Ekonomi Asean*, crmsindonesia.org/knowledge/crms-articles/peluang-tantangan-dan-risiko-bagi-indonesia-dengan-adanya-masyarakat-ekonomi, diakses 28 April 2016
- [2] Dewan Pengurus Pusat IWAPI Pusat, tanpa tahun, *Peran Koperasi Bagi UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah)*, iwapi.id/peran-koperasi-bagi-umkm-usaha-mikro-kecil-menengah/, diakses 29 April 2016
- [3] Oktavianus, B.C., 2017, *Peluang Dan Tantangan Dalam Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA)*, 2017, <https://www.cermati.com/artikel/peluang-dan-tantangan-dalam-masyarakat-ekonomi-asean-mea>, diakses 23 Juni 2017
- [4] Rodhiyah, 2015, *Dampak Sosial Ekonomi Keberadaan Usaha Kecil Menengah (UKM) Konveksi Di Kota Semarang*, *Jurnal Ilmu Sosial*, 14 (1) : 1-14
- [5] Lilabror, K., 2015, *Strategi Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Konveksi di Kota Semarang dalam Pasar Terbuka Masyarakat Ekonomi Asean (MEA)*
- [6] Departemen Sosial RI, Badan Pelatihan dan Pengembangan Sosial, Pusat

- Pengembangan Ketahanan Sosial Masyarakat, 2009, *Pemberdayaan Pranata Sosial Menuju Terwujudnya Penguatan Ketahanan Sosial Masyarakat*
- [7] Chalimah, Sakhowi, 2016, Strategi Pemberdayaan Usaha Kecil (UK) Menuju Kemandirian Usaha Dengan Menerapkan Manajemen Profesional, *Nasional Indocompac*, 2-3 Mei 2016, Jakarta, Indonesia